

令和5年度宇都宮市地産地消推進会議 次第

日時：令和5年4月20日（木）

午前10時～

場所：宇都宮市役所 14階 D会議室

- 1 開会
- 2 委員紹介
- 3 暫定議長の選任
- 4 会議録署名委員の指名
- 5 議事
 - ・ 議案第1号 役員の選任について
 - ・ 議案第2号 令和4年度事業報告及び収支決算について
 - ・ 議案第3号 令和5年度事業計画及び収支予算について
- 6 その他
 - ・ 宇都宮市地産地消推進計画の策定について
- 7 閉会

令和5年度 宇都宮市地産地消推進会議委員名簿

役職	No.	氏名	職業等	任期	備考
第1号委員 (市議会議員)	1	えんどう しんいち 遠藤 信一	市議会議員	令和4年6月11日～ 令和5年6月10日	
	2	やまざき まさこ 山崎 昌子	市議会議員	〃	
第2号委員 (学識経験者)	3	あべ つねひさ 阿部 恒久	栃木県河内農業振興事務所 所長	令和5年4月1日～ 令和7年3月31日	
	4	にしやま みま 西山 未真	宇都宮大学 教授	〃	新任
第3号委員 (関係団体の代表)	5	みかた しげる 見形 繁	宇都宮農業協同組合 代表理事常務	〃	
	6	のざわ かつこ 野澤 克子	宇都宮市消費者友の会 会長	〃	
	7	てらうち みえこ 寺内 美栄子	宇都宮市農村生活研究グループ協議会 会長	〃	新任
	8	てづか やすのり 手塚 安則	宇都宮市園芸振興連絡協議会 (上河内園芸振興推進協議会会長)	〃	新任
	9	たのべ だいすけ 田野邊 大介	東一字都宮青果株式会社 代表取締役社長	〃	
	10	わたなべ たかし 渡邊 崇	栃木県飲食業生活衛生同業組合 常務理事兼事務局長	〃	新任
	11	さとう こうだい 佐藤 弘大	公益社団法人 宇都宮青年会議所 常任理事	〃	新任
	12	ますぶち さちこ 増渕 祥子	宇都宮市食生活改善推進員協議会 会長	〃	
	13	さとう かなめ 佐藤 要	宇都宮市PTA連合会 副会長	〃	
	14	まつもと ゆずる 松本 謙	株式会社ファーマーズ・フォレスト 代表取締役社長	〃	
	15	いとう もとじ 伊藤 元士	宇都宮青果商業協同組合 専務理事	〃	
16	ふくだ こういち 福田 公一	株式会社東武宇都宮百貨店 食品・レストラン部 部長	〃		
17	やまざき ゆうき 山崎 裕希	株式会社オータニ 商品部青果部バイヤー	〃	新任	

宇都宮市地産地消推進会議 事務局名簿

役職	氏名	所属
事務局	會澤 和貴	経済部 次長
	枝 一輝	農林生産流通課 課長
	小林 尚志	農林生産流通課 課長補佐 森林整備・鳥獣対策グループ係長兼務
	鈴木 加代	農林生産流通課 農産物マーケティンググループ係長
	高橋 清泰	農林生産流通課 農産物マーケティンググループ総括
	河野 勝	農林生産流通課 農産物マーケティンググループ
	金子 明日美	農林生産流通課 農産物マーケティンググループ
	塚越 智美	農林生産流通課 農産物マーケティンググループ
	佐藤 文雄	宇都宮農業協同組合営農部総合販売課 課長

議案第 1 号 役員を選任について

委員の任期満了に伴い、規則第 3 条第 4 項、運営要領第 4 条第 2 項の規定に基づき、委員の互選による役員を選任を求めます。

令和 5 年 4 月 2 0 日

新たに選任する役員

役 職	氏 名
会 長	
副会長	
監 事	
監 事	

(役員任期：2 年)

議案第 2 号 令和 4 年度事業報告及び収支決算について

令和 4 年度事業報告及び収支決算について、運営要領第 5 条第 1 項第 1 号及び第 2 号の規定に基づき、次のとおり議決を求めます。

令和 5 年 4 月 2 0 日

令和4年度事業報告

1 事業方針

「地産地消推進計画（第2次宇都宮市食料・農業・農村基本計画のうち、基本施策3 市民と農家を結ぶ地産地消の強化）」に基づき、直売所等の市内に立地する農産物の販売施設を活かし、市民が宇都宮市産農産物を手に入れやすい仕組みづくりを推進するとともに、引き続き安全・安心な宇都宮市産農産物が提供され、市民の宇都宮市産農産物の購入意欲の喚起につながる事業を展開した。

特に推進店の認知度向上に向けて推進店の店舗情報がより分かりやすくなるよう情報発信の工夫をすることや「いちご一会とちぎ国体」と連動した企画、イベントなどを実施した。

なお、イベント開催の際には新型コロナウイルス感染症の拡大防止の観点から、国や県の警戒度レベルなどを注視しながら、実施時期や内容等を検討した。

2 事業内容

(1) 市民が支える仕組みづくり

実施日	人数等	内 容【経費】	場所等
R4. 10. 1～ 10. 30	入場者 数 39, 611 人	市立南図書館における、うつのみや地産地消パネル展の開催 ・宇都宮市産農産物の認知度向上・消費拡大を図るため、うつのみや地産地消パネル展を開催。  	南図書館

<p>R4. 10. 15 ～ R4. 12. 15</p> <p>R4. 12</p>	<p>右表のとおり</p>	<p>宇都宮産牛肉（宇都宮牛）・花き・米の消費喚起策の実施</p> <p>◆ 内容</p> <p>令和4年度の牛肉（宇都宮牛）、花き、米の価格や取引額の状況、生産者等の要望などを踏まえ、一時的な買い支えではなく、日常的に購入してもらうために、上記3品目について知る、手に取るきっかけとなるよう以下の取組を実施。</p> <p>①「採れたてまるかじりキャンペーン」を活用した牛肉（宇都宮牛）、花き、米のPRの実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 3品目の消費喚起のため、2枚集めれば応募できる（通常は10枚で応募）特別仕様のシールを作成し、配布するなど他の農産物と比べて有利に取り扱うことでPRを実施。 <p>② 牛肉（宇都宮牛）・米の販売会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 宇都宮産牛肉（宇都宮牛）について、市役所内及び市内企業などで販売会を実施。 <p><牛肉(宇都宮牛)></p> <table border="1" data-bbox="619 1317 1173 1417"> <thead> <tr> <th></th> <th>個数(点)</th> <th>売上額</th> <th>参加企業等</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>R4. 12</td> <td>518点</td> <td>2,065千円</td> <td>10団体</td> </tr> </tbody> </table> <p><米></p> <table border="1" data-bbox="619 1462 1173 1563"> <thead> <tr> <th></th> <th>個数(点)</th> <th>売上額</th> <th>参加企業等</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>R4. 12</td> <td>124点</td> <td>159千円</td> <td>9団体</td> </tr> </tbody> </table> <p>※ 市産のみやおとめ、ゆうだい21、とちぎの星、宇都宮ブリッツェン米を販売</p>  <p>TKCでの牛肉の販売状況</p>		個数(点)	売上額	参加企業等	R4. 12	518点	2,065千円	10団体		個数(点)	売上額	参加企業等	R4. 12	124点	159千円	9団体	<p>宇都宮市役所ほか 足利銀行、TKC、栃木銀行、トヨタウッドホーム、宇都宮商工会議所、河内農業振興事務所、JAうつのみや 延べ19団体が参加</p>
	個数(点)	売上額	参加企業等																
R4. 12	518点	2,065千円	10団体																
	個数(点)	売上額	参加企業等																
R4. 12	124点	159千円	9団体																

<p>R4. 6. 1 ～6. 30</p>	<p>—</p>	<p>宇都宮市地産地消推進会議による花きの展示事業</p> <p>◆内容</p> <p>本市産の花をPRし需要を喚起するために、市地産地消推進会議の取組により、本庁舎ロビーのフォトスポットにおいて、宇都宮市産の花き展示を実施した。</p> <p>① フォトスポットの改装に合わせた花きの展示</p>   <p>市役所1階フォトスポットの飾花状況</p> <p style="text-align: center;">【80,000円】</p>	<p>市役所1階フォトスポット</p>
<p>R4. 11. 22 ～11. 29</p>		<p>② いい夫婦の日に合わせた花きの展示</p> <p>※ JA バラ専門部の協力により婚姻届を提出した市民へバラをプレゼント</p>	



R4. 11

—

地産地消強化月間（11月）における啓発活動

- ・ 広報紙に地産地消の特集を掲載

—



- 広報紙（令和4年11月号）の掲載状況
- ・ ミヤラジなどのラジオを活用したPR
 - ・ 市役所1階ディスプレイなどでの宇都宮市産米の紹介や地産地消パネルの展示

		<p>・オリオンスクエア等での大型映像装置による地産地消キャンペーンや推進店のPR</p>  <p>市役所1階ショーケースなどにおける展示状況</p>	
<p>R4. 5. 14～ 5. 16, R4. 8. 27～ 8. 28, R4. 8. 28, R4. 12. 3～ 12. 4, R5. 1. 21～ 2. 22, R5. 2. 25～ 2. 26</p>	<p>—</p>	<p>市内イベントにおける市産農産物のPR</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JAうつのみやがブランド農産物ほか宇都宮産農産物の販売を行うイベントに合わせて販促資材の掲出やパンフレット、グッズの配布を実施 ・健康増進課と連携し、「ベジ増し」事業啓発資材を売り場に掲出 <p>[販売品]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・いちご（とちおとめ、スカイベリー、とちあいか）、トマト、ミニトマト、アスパラガス、胡瓜、にら、春菊等  <p>JAうつのみやフェア(福田屋インターパーク店、5月開催)様子</p>	<p>福田屋百貨店2店舗(竹林店、インターパーク店)、イトーヨーカドー宇都宮店、アピタ宇都宮店、JAグリーンかみかわち、JAグリーンインターパーク</p>

R4. 10. 7 ～10. 8		<p>市内イベントにおける市産農産物のPR</p> <ul style="list-style-type: none"> ・とちぎ国体ブース出展 販促資材の掲出やパンフレット、グッズの配布を実施した。 ・ほか、うつのみやアグリネットワーク運営委員会でアグリビジネス創出促進事業商品の販売、うつのみや農産物ブランド推進協議会において認知度アンケートを実施した。 	栃木県総合運動公園
R4. 10. 29	—	<p>市内イベントにおける市産農産物のPR</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国農協観光協会が市内で実施する収穫体験バスツアーに併せて、ブランド農産物をお土産として渡すことで、ブランド農産物のPRと認知度向上に取り組んだ。 <p>[内容] にっこり梨，宮どんこ，さつまいもの収穫体験</p> <p>[提供品] お土産（宇都宮産のお米2種食べ比べセット（みやおとめ、とちぎの星））の配布に係る一部費用の負担</p> <p style="text-align: center;">【18,000円】</p>	山口果樹園，ろまんちっく村など
R5. 1. 28		<p>市内イベントにおける市産農産物のPR</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地産地消マルシェ <p>生産者による宇都宮産農産物の販売，牛乳の無償配布及び牛乳の購入促進に向けた施設内小売店との連携，ブランド農産物の食べ比べ，販促資材の掲出やパンフレット，グッズの配布</p>	駅東口交流拠点施設「宮みらいライトヒル」

		<p>地域コミュニティミヤラジにおいても周知PRを実施</p>   <p>【449,419円】</p>	
R4. 6. 5	約 2,300 人	<p>Bリーグ ブレックス優勝報告会にて、ゆうだい21の贈呈・PR</p>  <p>【47,034円】</p>	市清原体育館
通年	アグリファンクラブ 会員 1,168 人	<p>多様な広報媒体を活用した啓発活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 推進店のおすすめ料理や旬の農産物などお得な情報を掲載した「地産地消だより」を毎月発行，アグリファンクラブ会員へメールマガジンで情報発信 	—

	(令和5年3月末)	<p>地産地消推進だより</p>	
随時	—	<p>宇都宮市農産物の紹介</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広報紙特集ページにおける地産地消の宇都宮産農産物の紹介〔再掲〕 ・アグリネットワーク会員メルマガやインスタグラム等での情報発信 	—

(2) 手に入れやすい仕組みづくり

実施	人数等	内 容【経費】	場所等
R4.4~R4.6	—	<p>うつのみや地産地消推進店マップの作成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「うつのみや地産地消推進店」の紹介用マップを作成し，市産農産物を容易に購入・飲食できる環境を整備した。 <p style="text-align: right;">【1,379,400円】</p>	—

<p>R4.10.15 ～R4.12.15</p>	<p>応募総数 10,643 通</p>	<p>うつのみや地産地消推進店である直売所と小売店を活用したキャンペーンの実施 ※消費者アンケート結果は、資料1参照</p> <p>◆ キャンペーン名 「採れたて うつのみや まるかじりキャンペーン」</p> <p>◆ 内容 実施店舗にて販売される宇都宮市産農産物に貼付されているシールを集めて応募すると、抽選で野菜詰合せなど宇都宮市農産物をプレゼントするもの</p>  <p>【6,140,853円※】</p> <p>※経費は、「飲食店等を活用したフェア」との合計金額</p>	<p>JA うつのみやえきの市場パセオ店, JA グリーンインターパーク, ヨークベニマル各店など 58 店舗</p>
<p>R4.10.1 ～R4.12.31</p> <p>前期 R4.10.1 ～ R4.11.15 後期 R4.11.16 ～ R4.12.31</p>	<p>応募総数 1,569 通</p> <p>前期 854 通</p> <p>後期 715 通</p>	<p>うつのみや地産地消推進店の飲食店等を活用したフェアの実施 ※消費者アンケート結果は、資料1参照</p> <p>◆ キャンペーン名 「うつのみや地産地消推進店フェア <デジタル de スタンプラリー>」</p> <p>◆ 内容 宇都宮市産農産物を使用したメニューを食べることで、スマートフォンにスタンプを獲得してもらい、スタンプを1～3個集めて応募することで、野菜詰合せなど宇都宮市農産物をプレゼントするもの</p> <p>若年層を取り込むことを目的に、WEBでの応募方法を採用し、従来の紙媒体での実施から方法を見直した。</p>	<p>サムライ寿限無, 下野農園など 61 店舗</p>

		 <p>【6, 140, 853 円※】</p> <p>※経費は、「採れたて うつのみや まるかじりキャンペーン」との合計</p>	
R5. 1. 18	—	<p>農業王国うつのみやホームページの改修 →HPの利便性向上のため、うつのみや地産地消推進店紹介ページ及びアグリネットワーク会員ページにて下記機能を追加した。(推進店 PR 及びマッチング事業との連動)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 検索機能を新たに追加 ・ 掲載情報の拡充（取扱品目やSNS情報の追加など） ・ Google マップとの連動  <p>HP 画面①「検索機能」</p>	—

		 <p>HP②「取扱品目・SNS等掲載情報の拡充」</p>  <p>HP③「Googleマップとの連動」</p> <p style="text-align: right;">【770,000円】</p>	
<p>通年</p>	<p>2件</p>	<p>農産直売所イメージアップ事業補助金 農産物直売所のイメージアップや消費者の利便性の向上のため、簡易な店内改修等の費用補助を実施。</p> <p>[実施内容]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・梵天の湯農産物直売所のぼり旗購入【18,000円】 	

		<p>・横川っぺ 雨よけ設置【20,000円】</p> 																			
通年	—	<p>うつのみや地産地消推進店認定</p> <p>◆ 内容 宇都宮市産農産物の利用促進に係るキャンペーンやフェアの開催にあたり、新規となる市内小売店及び飲食店に案内し、キャンペーンやフェアへの参加を促すとともに、地産地消推進店への加入を促進した。</p> <p>◆ 令和4年度認定件数 新規 19店舗 更新 74店舗 辞退 11店舗（休業、閉店も含む）</p> <p>◆ 推進店数 前年度比</p> <table border="1" data-bbox="619 1469 1214 1776"> <thead> <tr> <th>区分</th> <th>令和4年度</th> <th>令和3年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>直売所</td> <td>12店舗</td> <td>10店舗</td> </tr> <tr> <td>小売店・量販店</td> <td>83店舗</td> <td>71店舗</td> </tr> <tr> <td>飲食業・宿泊施設</td> <td>78店舗</td> <td>80店舗</td> </tr> <tr> <td>食品加工業者</td> <td>1店舗</td> <td>2店舗</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>174店舗</td> <td>163店舗</td> </tr> </tbody> </table> <p>※ 令和4年12月23日より下野新聞社が運営するLINEアプリ「コレメック宇都宮」及びJR宇都宮駅西口風除室設置の「デジタルサイネージ」へ推進店の店舗情報を掲載、情報発信することで推進店のPRを行った。</p>	区分	令和4年度	令和3年度	直売所	12店舗	10店舗	小売店・量販店	83店舗	71店舗	飲食業・宿泊施設	78店舗	80店舗	食品加工業者	1店舗	2店舗	合計	174店舗	163店舗	—
区分	令和4年度	令和3年度																			
直売所	12店舗	10店舗																			
小売店・量販店	83店舗	71店舗																			
飲食業・宿泊施設	78店舗	80店舗																			
食品加工業者	1店舗	2店舗																			
合計	174店舗	163店舗																			

		 <p>コレメック宇都宮掲載の様子</p>	
<p>通年</p>	<p>—</p>	<p>地場農産物・販売店等マッチング事業の実施</p> <p>◆ 内容</p> <p>宇都宮市内の農業者等と販売店等の実需者とのビジネスマッチングを、宇都宮市産農産物の販路の拡大や生産規模の拡大を目指すとともに、市内における宇都宮市産農産物の使用割合を拡大し、地産地消を推進する。</p> <p>⇒ 令和4年度においては、推進店の要望をもとにしたマッチングを進め、50件（前年比+38件）の商談を実施し、17件（前年比+12件）の商談が成立した。</p> <p>◆令和4年度マッチングの主な案件</p> <p>成 立：・学校給食×ねぎ ・量販店×野菜全般 ・福祉施設×野菜全般 等</p> <p>不成立：・飲食店×いちご ・量販店×なす 等</p>	<p>—</p>

(3) 安心感を高める仕組みづくり

実施日	人数等	内容【経費】	場所等
R4. 4. 19 ～4. 25 R4. 10. 19 ～10. 25	—	農産物直売所巡回指導 ・ 河内農業振興事務所と連携し，出荷制限対象農産物等及び生産履歴記帳についての確認・指導 ・ 結果は， p 1 9 参考 1 参照	市内直売所 22箇所
R4. 7. 28	4 6 人	農産物の安全・安心対策研修会 (1) 消費者の安全のために～農薬の適正使用について～ (2) 農業者自身の安全のために～農薬保護マスクの正しい選び方と装着について～	河内農業振興事務所

◆ 総括

- ・ 地産地消推進店の増加を図るため、キャンペーンやフェアなどの機会にあわせて勧誘を行い、18店舗の新規加入につなげた。

社会情勢の変動などにより影響を受ける牛肉や花き、米については、販売会の実施や「採れたてうつのみや まるかじりキャンペーン」での販売促進策を講じることで、地場農産物のPRと生産者支援の両面を実施できた。

駅東口交流拠点施設の開業にあわせ、施設を活用した「地産地消マルシェ」を開催し、宇都宮市酪農組合による牛乳配布や近隣の推進店との連携による牛乳の販売促進のほか、農業者によるテストマーケティングやいちごと米の食べ比べによるブランド農産物PRなどを実施した。ブランド推進協議会やアグリネットワーク、関係者との連携により、地産地消のみならず、本市農業全体の魅力発信に効果的な取組を実施できた。

⇒ 引き続き、事業者の勧誘や販促資材の提供、HPでのPRなどを行うほか、コレメック宇都宮や宇都宮駅前のデジタルサイネージによる周知、注目を集めるイベント・施設や販売会での効果的なPRも取り入れ、地産地消推進店の認知度向上・増加や市民等が宇都宮産農産物を知り、買い支える環境整備を進める必要がある。

- ・ 多くの消費者に宇都宮産農産物を購入や飲食できる機会を提供するため、「採れたて うつのみや まるかじりキャンペーン」や「うつのみや地産地消推進店フェア<デジタル de スタンプラリー>」を実施し、キャンペーン58店舗、フェア61店舗といずれも過去最高の店舗数で展開できた。

フェアにおいては、若年層の応募促進を目的にWEB上での応募方法を採用したところであり、店舗の手間が減るなどの効果から参加店舗の増加につながったほか、各店舗の実施状況を管理しやすいなどの利点も確認できた。一方で、昨年と比べて応募総数が減少したことから、応募者数増加につなげる対策が課題となっている。

⇒ 消費者及び推進店がより参加しやすいキャンペーンやフェアとなるよう、WEB活用など効果的な実施手法を検討するほか、民間事業者の提案を取り入れながら、広報の強化や内容の充実を図る必要がある。

- ・ 地場農産物の活用を促進するため、地場農産物・販売店等マッチング事業について、50件の商談を実施し、17件の商談につなげた。

⇒ 地産地消推進店やアグリネットワーク会員の飲食店・食品加工業者、社員食堂など大量調理施設を保有する事業者と意欲ある農業者を結びつけられるよう関係機関等との連携や情報収集に努め、農業者と実需者の効果的なマッチングを行う必要がある。

- 本市の地産地消を計画的に推進するため、「第2次宇都宮市食料・農業・農村基本計画」内に位置づけられた「第2次宇都宮市地産地消推進計画」に基づき、前述のとおり取組を実施した。
- ⇒ 令和5年度も引き続き、現計画に基づき取組を着実に進めるとともに、現計画は令和5年度で計画期間が終了することから、「(仮称)第3次宇都宮市食料・農業・農村基本計画」の策定に合わせ、本計画も社会経済情勢等の変化を踏まえ、現状と課題を整理し、次期10年間(令和6～15年度)の取組の方向性を導出する必要がある。

【参考1】 成果目標 (令和元年度総会において設定)

地産地消をより推進させるため、引き続き下記目標を設定し、事業を展開していく。

- (1) 「手に入れやすい仕組みづくり」「市民が支える仕組みづくり」の目標値として、引き続き以下のとおり設定し、宇都宮市産農産物が消費拡大することを目指す。

目 標	現 状 (2017年度)	最新実績 (2022年度)	目 標 (2023年度)
宇都宮市産農産物を積極的に購入する市民の割合	77.4%	84.7%	100%

- (2) 「安心感を高める仕組みづくり」の目標値として、引き続き以下のとおり設定し、安全安心な宇都宮市産農産物が供給されることを目指す。

目 標	現 状 (2017年度)	最新実績 (2022年度)	目 標 (2023年度)
出荷者全てが生産履歴を記帳している直売所の割合	44.0%	90.9% (95.5%※)	100%

※ 出荷者の一部が生産履歴を記帳している直売所の割合

Ⅱ 令和4年度収支決算

1 収入の部

(単位:円)

科 目		予算額	決算額	比較増減	備 考
款	項 目				
1	交付金	7,005,000	7,005,000	0	
	(1) 交付金	7,005,000	7,005,000	0	宇都宮市
2	助成金	2,582,000	2,582,000	0	
	(1) 団体助成金	2,582,000	2,582,000	0	宇都宮農業協同組合
3	繰越金	89,490	89,490	0	
	(1) 繰越金	89,490	89,490	0	前年度繰越金
4	雑収入	510	43,554	43,044	
	(1) 雑収入	510	43,554	43,044	利息, 農産物販売代【43,500円】
合 計		9,677,000	9,720,044	43,044	

2 支出の部

(単位:円)

科 目		予算額	決算額	比較増減	備 考
款	項 目				
1 事務費		231,000	95,736	△ 135,264	
	(1) 会議費	4,000	0	△ 4,000	
	(2) 事務費	227,000	95,736	△ 131,264	郵送代, 振込手数料ほか
		9,446,000	9,080,019	△ 365,981	
2 事業推進費	(1) 普及啓発活動費 【市民が支える 仕組みづくり】	141,000	300,642	159,642	啓発用物品【117,700円】, 花きの消費喚起策【80,000円】ほか
	(2) 地場農産物 利用促進費 【手に入れやすい 仕組みづくり】	9,267,000	8,779,377	△ 487,623	地産地消キャンペーン・フェア【6,140,853円】, 地産地消推進店マップの作製費用【1,379,400円】, 地産地消マルシェ出展に係る費用【449,419円】, 農産物買取代【46,500円】ほか
	(3) 安全・安心な農産物供給事業費【安心感を高める仕組みづくり】	38,000	0	△ 38,000	
合 計		9,677,000	9,175,755	△ 501,245	

収入決算額 9,720,044 円

支出決算額 9,175,755 円

差引残高 544,289 円 残額は次年度へ繰越

○ 主な増減理由

- ・ イベントの実施などに伴う啓発用物品の購入による増〔普及啓発活動費〕
- ・ 地産地消推進店認定証等のグッズを推進店マップと併せて効率的に作製したことによる減〔地場農産物利用促進費〕

○ 繰越金の用途について

効率的な事業実施により、例年より多い544,289円の残額が生じたところであるが、令和5年度においては、LRT開業や大谷観光周遊拠点施設の供与開始など注目を集めるイベント等が多く予定されており、絶好のPR機会であることから、残額を全額繰越し、令和5年度のPR強化に活用していく。



監 査 報 告

令和4年度宇都宮市地産地消推進会議の事業執行及び会計について、
関係書類及び帳簿等を監査した結果、事業の執行状況及び会計等すべて適正
であったことを認めます。

令和5年 4月 20日

監 事 伊 藤 元 士

監 事 福 田 公 一

※ 個人情報保護法により、署名の公開は控え、原本を事務局にて保管しています。

議案第3号 令和5年度 事業計画及び収支予算について

令和5年度事業計画及び収支予算について、運営要領第5条第1項第1号及び第2号の規定に基づき、次のとおり議決を求めます。

令和5年4月20日

I 令和5年度事業計画

1 事業方針

「地産地消推進計画（第2次宇都宮市食料・農業・農村基本計画のうち、基本施策3 市民と農家を結ぶ地産地消の強化）」に基づき、直売所等の市内に立地する農産物の販売施設を活かし、市民が宇都宮市産農産物を手に入れやすい仕組みづくりを推進するとともに、引き続き安全・安心な宇都宮市産農産物が提供され、市民の宇都宮市産農産物の購入意欲の喚起につながる事業を展開していく。また、「第2次宇都宮市地産地消推進計画」が令和5年度に最終年度を迎えることから、社会経済情勢等の変化を踏まえ、現状と課題を整理し、次期10年間（令和6～15年度）の取組の方向性を導出する。

特に推進店の認知度向上に向けて、昨年改修を行ったホームページや昨年連動を開始した「コレメック宇都宮」などを活用し、推進店の店舗情報がより分かりやすくなるよう情報発信の工夫をすることや、LRT開業、大谷観光周遊拠点施設の供用開始など様々な機会を捉え、市民が宇都宮市産農産物を手に入れやすい環境を創出するため、市内でのイベントやキャンペーンなどを実施していく。

2 事業内容

(1) 市民が支える仕組みづくり

ア 宇都宮市産農産物の紹介【強化】

- ・ 啓発グッズやチラシの作成
- ・ 市内の各種イベントにおけるブランド農産物など宇都宮産農産物のPR

イ 地産地消強化月間（11月）を含めた啓発活動

- ・ 推進店マップ配布等による意識啓発
- ・ 広報紙での掲載やテレビ、ラジオ、本庁窓口等の動画モニターなど様々な媒体を活用した普及啓発活動
- ・ 推進店を活用した小売店でのキャンペーンや飲食店でのフェアなどの実施〔再掲〕

ウ 多様な広報媒体を活用した啓発活動【強化】

- ・ 「農業王国うつのみや」ホームページ、SNS、アグリファンクラブ会員向けメールマガジン等の活用による効率的な情報発信

(2) 手に入れやすい仕組みづくり

ア うつのみや地産地消推進店の増加・充実など消費者が利用しやすい環境の創出

- ・ 地産地消の推進に向けた地産地消推進店の増加

- ・ 地産地消推進店マップの配布やアグリファンクラブメルマガ、「農業王国うつのみや」ホームページの活用による推進店の認知度向上
 - ・ 地産地消推進店のPR活動として、SNS等への情報発信
 - ・ 市民の地産地消促進や地産地消推進店の認知度向上を図るため、マルシェを開催【強化】
- イ 地産地消推進店を活用したキャンペーンやフェアなどの実施【強化】**
- ・ 地産地消推進店の小売店等を活用したキャンペーン「採れたて うつのみや まるかじりキャンペーン」の実施
 - ・ 地産地消推進店の飲食店等を活用したフェア
- ウ 生産者と実需者とのマッチングによる地場農産物の利用促進**
- ・ 市場ニーズを踏まえた農業者と実需者のマッチング
 - ・ 学校給食とのマッチング【強化】
- エ 農産物直売所イメージアップ事業の実施**
- ・ 施設の簡易な改修や農産物情報提供のために要する費用や残留農薬自主検査費用等の一部を助成して農産物直売所のイメージアップを図る。

(3) 安心感を高める仕組みづくり

ア 生産履歴記帳の確認

- ・ 県河内農業振興事務所と連携し、農産物直売所での生産者への生産履歴記帳等の確認・指導や農産物放射性物質検査の実施

イ 農産物の安全に関する研修会の開催

- ・ 県河内農業振興事務所・宇都宮農業協同組合と連携し、生産者に対する農産物の安全・安心に関する研修会を実施

ウ 農産物直売所イメージアップ事業における残留農薬自主検査の補助〔再掲〕

◆主な年間スケジュール（予定）

時期	内容
4月～	マッチング事業の実施
5月	学校給食マッチング
8月～	L R T開業等に伴う市内イベント（マルシェ等）の実施
11月	地産地消強化月間における啓発活動
9～12月	農産物の安全安心に関する研修会の開催
	採れたて うつのみや まるかじりキャンペーン（2か月程度）
	飲食店フェアの開催（3か月程度）
随時	地産地消推進店の増加・充実に向けた新規加入店勧誘 直売所の巡回指導 農業王国うつのみやHPやSNS等での情報発信

【参考1】 成果目標（令和元年度総会において設定）[再掲]

地産地消をより推進させるため、引き続き下記目標を設定し、事業を展開していく。

- (1) 「手に入れやすい仕組みづくり」「市民が支える仕組みづくり」の目標値として、引き続き以下のとおり設定し、宇都宮市産農産物が消費拡大することを目指す。

目 標	現 状 (2017 年度)	最新実績 (2022 年度)	目 標 (2023 年度)
宇都宮市産農産物を積極的に購入する市民の割合	77.4%	84.7%	100%

- (2) 「安心感を高める仕組みづくり」の目標値として、引き続き以下のとおり設定し、安全安心な宇都宮市産農産物が供給されることを目指す。

目 標	現 状 (2017 年度)	最新実績 (2022 年度)	目 標 (2023 年度)
出荷者全てが生産履歴を記帳している直売所の割合	44.0%	90.9% (95.5%※)	100%

※ 出荷者の一部が生産履歴を記帳している直売所の割合

II 令和5年度収支予算

1 収入の部

(単位:円)

科 目		本年度 予算額	前年度 予算額	比較増減	備 考
款	項 目				
1	交付金	7,683,000	7,005,000	678,000	
	(1) 交付金	7,683,000	7,005,000	678,000	宇都宮市
2	助成金	2,566,000	2,582,000	△ 16,000	
	(1) 団体助成金	2,566,000	2,582,000	△ 16,000	宇都宮農業協同組合
3	繰越金	544,289	89,490	454,799	
	(1) 繰越金	544,289	89,490	454,799	前年度繰越金
4	雑収入	711	510	201	
	(1) 雑収入	711	510	201	利息等
合 計		10,794,000	9,677,000	1,117,000	

2 支出の部

(単位:円)

科 目		本年度 予算額	前年度 予算額	比較増減	備 考
款	項 目				
1 事務費		239,000	231,000	8,000	
	(1) 会議費	12,000	4,000	8,000	お茶代
	(2) 事務費	227,000	227,000	0	事務用品ほか
		10,555,000	9,446,000	1,109,000	
2 事業推進費	(1) 普及啓発活動費 【市民が支える仕組みづくり】	225,000	141,000	84,000	啓発用物品ほか
	(2) 地場農産物利用促進費 【手に入れやすい仕組みづくり】	10,292,000	9,267,000	1,025,000	地産地消推進店認定, 「採れたてうつのみや まるかじりキャンペーン」等実施費用, 地産地消推進店マップの作製費用ほか
	(3) 安全・安心な農産物供給事業費【安心感を高める仕組みづくり】	38,000	38,000	0	残留農薬検査等に関する費用
合 計		10,794,000	9,677,000	1,117,000	

○ 主な増減理由

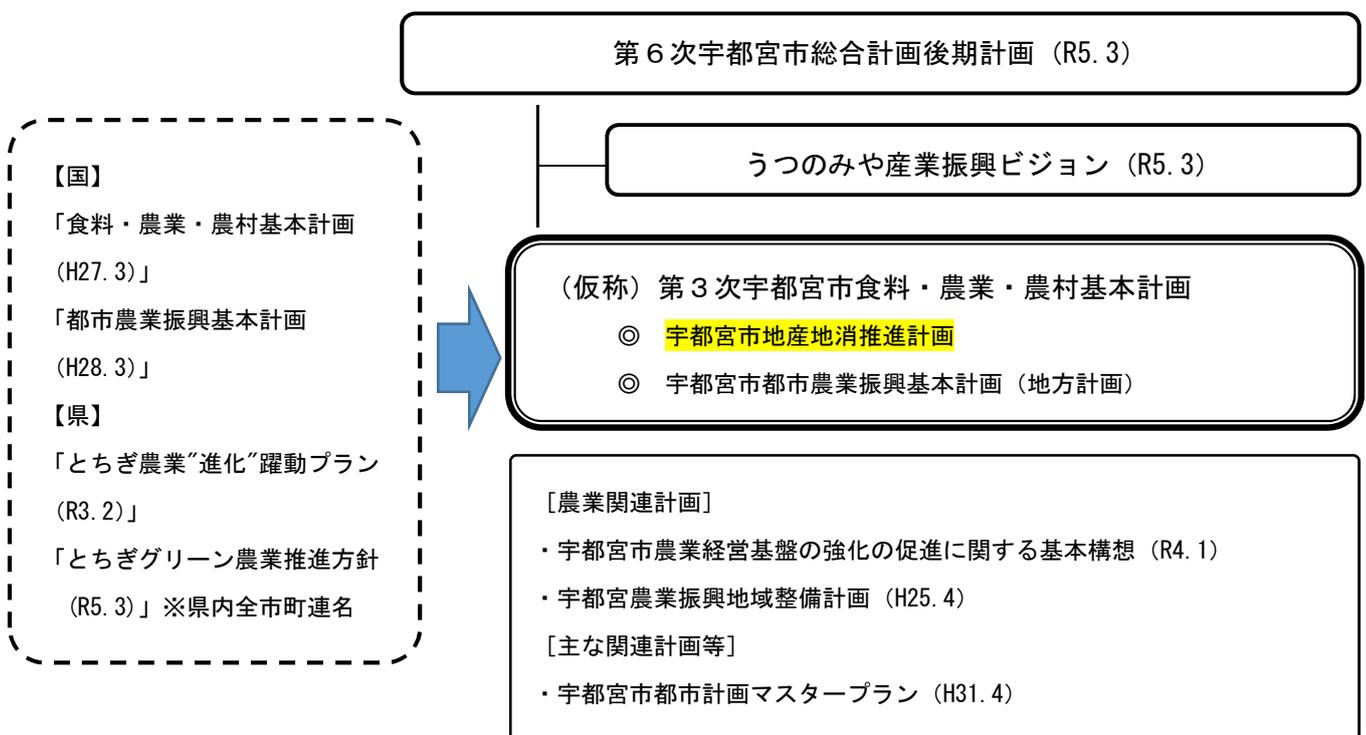
- ・ 計画改正に係る会議の開催回数増に伴う増〔事務費〕
- ・ LRT開業や大谷観光周遊拠点施設の供用開始など注目される機会を捉えたPRやキャンペーンの実施など事業強化に伴う増〔地場農産物利用促進費〕

その他 宇都宮市地産地消推進計画の策定について

1 計画の位置付け

「宇都宮市地産地消の推進に関する条例」第18条において、地産地消推進計画を策定することを定めている。

現行の第2次宇都宮市地産地消推進計画については、計画期間が平成31年度から令和5年度までの「宇都宮市第2次宇都宮市食料・農業・農村基本計画」内に位置付けられており、同基本計画の第3次計画の策定に合わせ、本計画も策定しなおすことになる。



2 今後のスケジュール (予定)

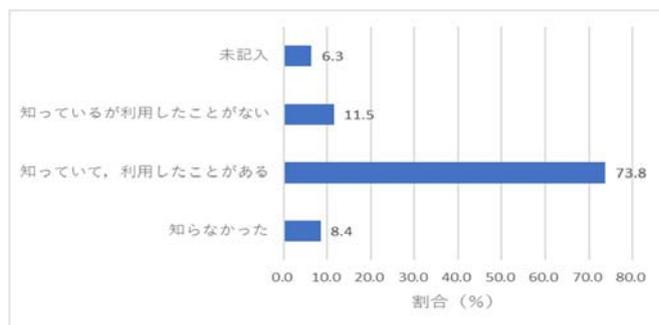
- 6月 地産地消推進会議公募委員 (2名以内) 募集
- 7月頃 地産地消推進会議 (現行計画の評価等)
- 11月頃 地産地消推進会議 (計画素案作成等)

◆ 小売店等や飲食店を活用したフェア、キャンペーンのアンケート結果

(1) 「採れたて うつのみや まるかじりキャンペーン」のアンケート結果

問 1-1 「うつのみや地産地消推進店」を知っていたか？利用したことがあるか？

	項目	人数	割合
1	知らなかった	898	8.4%
2	知っていて、利用したことがある	7,858	73.8%
3	知っているが利用したことがない	1,221	11.5%
4	未記入	666	6.3%
	合計	10,643	100%

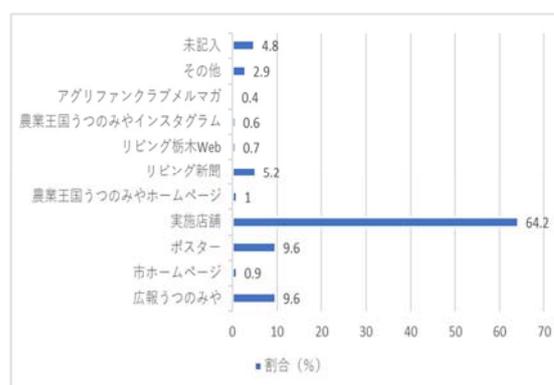


- ① 「うつのみや地産地消推進店」の認知度については、「知っていて、利用したことがある」が 73.8% (前年 62.7%)、「知らなかった」が 8.4% (前年 24.7%) であり、昨年と比べ認知度は向上した。また、「知っている (利用の可否は問わない)」人は 8 割以上に達している。

問 2-1 このキャンペーンを何で知ったか？ (複数回答可)

単位：人

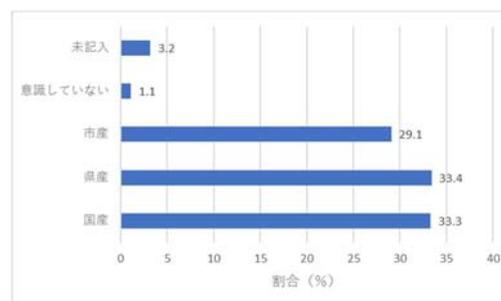
	項目	人数	割合
1	広報うつのみや	1,313	9.6%
2	市ホームページ	117	0.9%
3	ポスター	1,312	9.6%
4	実施店舗	8,745	64.2%
5	農業王国うつのみやホームページ	137	1.0%
6	リビング新聞	711	5.2%
7	リビング栃木web	98	0.7%
8	農業王国うつのみやInstagram	79	0.6%
9	アグリファンクラブのメルマガ	48	0.4%
10	その他	399	2.9%
11	未記入	653	4.8%
	合計	13,612	



- ② キャンペーンを何で知ったかについては、「実施店舗で知った」が 64.2% であり、実施店舗での認知が 6 割超であることが分かった。

問 3-1 どの程度地産地消を意識していますか (複数回答可)

	項目	人数	割合
1	国産を意識している	6,728	33.3%
2	県産を意識している	6,743	33.4%
3	市産 (宇都宮産) を意識している	5,873	29.1%
4	意識していない	221	1.1%
5	未記入	648	3.2%
	合計	20,213	

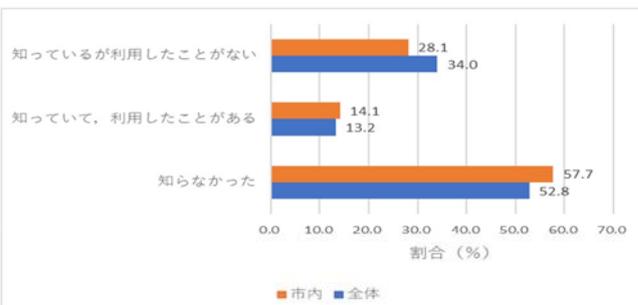


- ③ 「どの程度地産地消を意識していますか」については、「県産を意識している」が最も高く 33.4% であったものの、「市産 (宇都宮産) を意識している」と回答した人も 29.1% と同程度であった。なお、「意識していない」は 1.1% であることから、本キャンペーンに参加した人のほとんどは地産地消を意識していることが分かった。

(2) 「うつのみや地産地消推進店フェア<デジタルdeスタンプラリー>」アンケート結果

問1-1「うつのみや地産地消推進店」を知っていたか？※全体

項目	人数	構成比
知っていて、利用したことがある	828	52.8%
知っていたが、利用したことはない	207	13.2%
知らなかった	534	34.0%
合計	1569	



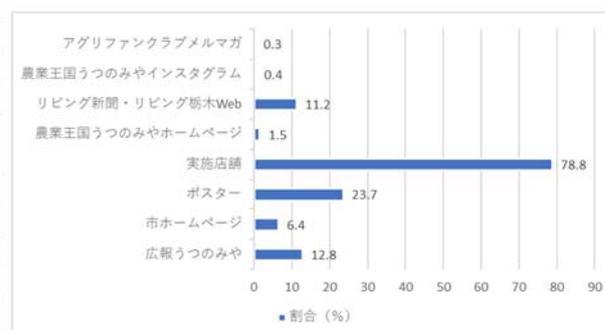
問1-2「うつのみや地産地消推進店」を知っていたか？※市内在住者

項目	人数	構成比
知っていて、利用したことがある	634	57.7%
知っていたが、利用したことはない	155	14.1%
知らなかった	309	28.1%
合計	1098	

- ① 「うつのみや地産地消推進店を知っていたか (全体)」については、「知っていた (利用の可否は問わない)」が 66.0% (前年 40.0%) で、「知らなかった」が 34.0% (前年 47.7%) であり、昨年と比べ認知度が向上した。市民 (市内回答者) は、「知っていた (利用の可否は問わない)」が 71.8% でおおよそ認知されていると考えられる。

問2-1 このフェアを何で知ったか？ (複数回答可)

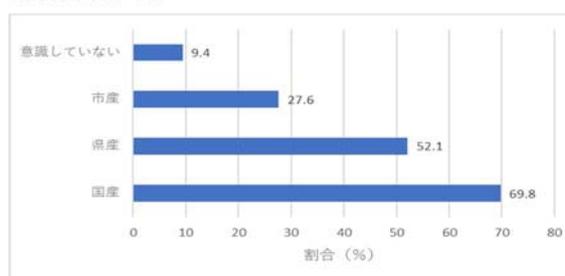
項目	人数	割合
1 広報うつのみや	201	12.8%
2 市ホームページ	100	6.4%
3 ポスター	372	23.7%
4 実施店舗	1236	78.8%
5 農業王国うつのみやホームページ	24	1.5%
6 リビング新聞・リビング栃木WEB	175	11.2%
7 農業王国うつのみやインスタグラム	7	0.4%
8 アグリファンクラブのメルマガ	5	0.3%
合計	2,120	



- ② 「このフェアを何で知ったか」では、「実施店舗」が 78.8%、「ポスター」が 23.7% であり実施店舗での認知が多いことが分かった。

問3-1 どの程度地産地消を意識していますか？ (複数回答可)

項目	人数	割合
国産を意識している	1095	69.8%
県産を意識している	818	52.1%
市産 (宇都宮産) を意識している	433	27.6%
意識していない	147	9.4%
合計	2,493	



- ③ 「どの程度地産地消を意識していますか」については、「国産を意識している」が最も高く 69.8%、「県産を意識している」が 52.1%、「市産 (宇都宮産) を意識している」が 27.6% であった。「意識していない」が 9.4% であることから、飲食店利用者は市産までとはいかないが、国産や県産を意識していることが分かった。

宇都宮市地産地消推進会議運営要領

(趣旨)

第1条 この要領は、宇都宮市地産地消推進会議（以下「推進会議」という。）が地産地消推進のための事業を実施するにあたり、必要な事項を定める。

(目的)

第2条 推進会議は、生産者、消費者、事業者及び市が連携を深め、地域で生産された農産物を地域で消費する地産地消を積極的に展開することにより、本市農業生産の振興及び市民の健康で快適な食生活の確立を図ることを目的とする。

(事業)

第3条 推進会議は、宇都宮市地産地消の推進に関する条例に定める基本理念の実現に資するため、次の事業を行う。

- (1) 地産地消の推進に関すること
- (2) うつのみや地産地消推進店の認定に関すること
- (3) その他、推進会議の目的を達成するために必要な事項に関すること

(監事)

第4条 推進会議に監事2名を置き、推進会議の会計を監査する。

- 2 監事は、委員の互選によって定める。
- 3 監事は、任期が満了した場合においては、後任の監事が任命されるまでその職務を行う。

(会議)

第5条 会議に付議する事項は次のとおりとする。

- (1) 推進会議の事業計画並びに事業報告に関すること
- (2) 推進会議の予算並びに決算に関すること
- (3) その他、推進会議の運営に係る事項に関すること

(専門部会)

第6条 推進会議は、推進計画に定める事業推進に必要な専門部会を置くことができる。

- 2 専門部会は、推進会議を構成する団体等から選出された者、及びその他推進会議会長が必要と認める者をもって構成する。
- 3 専門部会に部会長を置き、部会長は部会員の互選によって定める。
- 4 部会長は部会の会務を総務し、必要に応じ、推進会議へ出席のうえ会務を報告する。

5 専門部会は、推進会議会長又は部会長が召集する。

(事務局)

第7条 会議の事務を処理するため宇都宮市経済部農林生産流通課に事務局を置く。

(会計)

第8条 推進会議の経費は、負担金、補助及び交付金、その他の収入をもって充てる。

2 推進会議の会計年度は、毎年4月1日から翌年3月31日とする。

(その他)

第9条 この要領に定めるもののほか、推進会議の運営について必要な事項は推進会議会長又は部会長が別に定める。

附則

この要領は、平成22年9月28日から施行する。

この要領は、平成28年5月27日から施行する。

この要領は、平成30年4月26日から施行する。

宇都宮市地産地消推進会議規則

(趣旨)

第 1 条 この規則は、宇都宮市地産地消の推進に関する条例（平成 18 年条例第 43 号）第 19 条第 2 項の規定に基づき、地産地消推進組織の名称並びに組織及び運営について必要な事項を定めるものとする。

(名称)

第 2 条 地産地消推進組織の名称は、宇都宮市地産地消推進会議（以下「地産地消推進会議」という。）とする。

(組織)

第 3 条 地産地消推進会議は、委員 20 人以内をもって組織する。

2 委員は、次の各号に掲げる者のうちから、市長が任命する。

- (1) 市議会議員
- (2) 学識経験を有する者
- (3) 関係団体を代表する者
- (4) 前 3 号に掲げる者のほか、市長が適当と認める者

3 委員の任期は、2 年とし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。ただし、再任を妨げない。

4 地産地消推進会議に会長、副会長 1 名を置き、委員の互選によって定める。

5 会長は、地産地消推進会議を代表し、会務を総理する。

6 副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるときは、その職務を代理する。

(会議)

第 4 条 地産地消推進会議の会議は、会長が招集し、会長が議長となる。

2 地産地消推進会議の会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。

3 地産地消推進会議の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、会長の決するところによる。

(関係人の出席)

第 5 条 地産地消推進会議は、必要があると認めるときは、関係者の出席を求め、その説明又は意見を聴くことができる。

(庶務)

第 6 条 地産地消推進会議の庶務は、経済部農林生産流通課において処理する。

(委任)

第 7 条 この規定に定めるもののほか、地産地消推進会議の運営について必要な事項は、会長が地産地消推進会議に諮って定める。

附 則

この規則は、平成 19 年 6 月 18 日から施行する。

この規則は、平成 28 年 4 月 1 日から施行する。